

Бондаревская И.О. Психологический анализ доверия освещению проблем мигрантов новостными медиа / И.О. Бондаревская, В.А. Михайленко // Науковий часопис НПУ ім. М.П. Драгоманова. Серія: Психологічні науки – К. : Вид-во НПУ імені М.П. Драгоманова, 2018. – 7(52). – С. 15 – 24.

УДК 316.6

І.О. Бондаревська (м. Київ), В.О. Михайленко (м. Одеса)

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ДОВЕРИЯ ОСВЕЩЕНИЮ ПРОБЛЕМ МИГРАНТОВ НОВОСТНЫМИ МЕДИА

Бондаревська І.О., Михайленко В.О. Психологічний аналіз довіри висвітленню проблем мігрантів новинними медіа. Статтю присвячено розгляду особливостей таких видів довіри як обумовлена і безумовна, стратегічна і моралістична, спеціалізована і генералізована. Охарактеризовано основні викривлення, властиві новинним медіа при висвітленні проблем мігрантів в Європі. Розглянуто специфіку створення новин, пов'язаних з мігрантами. Представлено результати інтерв'ю з журналістами, що готують сюжети про мігрантів в європейських новинних медіа. Зроблено висновок про те, що формування пов'язаної з раціональними міркуваннями обумовленої довіри у споживачів новинних медіа може стати концептуальною основою в проведенні тренінгів з медіаграмотності. Навички актуалізації обумовленої довіри є необхідною умовою медіаграмотності та медіакомпетентності.

Ключові слова: обумовлена і безумовна довіра, стратегічна і моралістична довіра, спеціалізована і генералізована довіра, новинні медіа, мігранти.

Бондаревская И.О., Михайленко В.О. Психологический анализ доверия освещению проблем мигрантов новостными медиа. Статья посвящена рассмотрению особенностей таких видов доверия как обусловленное и безусловное, стратегическое и моралистическое, специализированное и генерализированное. Охарактеризованы основные искажения, свойственные новостным медиа при освещении проблем мигрантов в Европе. Рассмотрена специфика производства новостей, связанных с мигрантами. Представлены результаты интервью с

Бондаревская И.О. Психологический анализ доверия освещению проблем мигрантов новостными медиа / И.О. Бондаревская, В.А. Михайленко // Науковий часопис НПУ ім. М.П. Драгоманова. Серія: Психологічні науки – К. : Вид-во НПУ імені М.П. Драгоманова, 2018. – 7(52). – С. 15 – 24.

журналистами, готовящими сюжеты о мигрантах в европейских новостных медиа. Сделан вывод о том, что формирование обоснованного доверия, связанного с рациональным рассуждением, у потребителей новостных медиа может стать концептуальной основой проведения тренингов медиаграмотности. Навыки актуализации обоснованного доверия являются необходимым условием медиаграмотности и медиакомпетентности.

Ключевые слова: обусловленное и безусловное доверие, стратегическое и моралистическое доверие, специализированное и генерализированное доверие, новостные медиа, мигранты.

Bondarevskaya I.O., Mykhaylenko V.O. Psychological analysis of trust towards news media coverage of migrants' problems. Article deals with considering peculiarities of such types of trust as reason-based and implicit, strategic and moralistic, particularized and generalized. Main distortions intrinsic to news media in lighting migrants' problems in Europe are characterized. Peculiarities of migrants related news production are described. Results of interviews with journalists who produce migrants related news in Europe are presented. It was concluded that formation of reason-based trust which is connected to rational thinking among news media consumers can become conceptual basis for media literacy trainings conduction. Skills of reason-based trust actualization are a necessary condition of media literacy and media competence.

Keywords: reason-based and implicit trust, strategic and moralistic trust, particularized and generalized trust, news media, migrants.

Постановка проблемы. Исследование, проведённое Институтом изучения журналистики Рейтер, выявило различия в доверии к новостным медиа в 36 странах с наиболее высоким доверием в Финляндии (62%) и наиболее низким в Греции и Южной Корее (23%). В большинстве стран авторы отчёта обнаружили связь между недоверием и политическими

предубеждениями, особенно в странах с высокой политической поляризацией [24]. Социологические исследования в Украине также показывают отсутствие чрезмерного доверия к СМИ.

Кроме этого, социально-политическая реальность настолько быстро и непредсказуемо меняется, что потребителям новостных медиа не всегда удаётся отличить фейковые новости от настоящих. Таким образом, актуально рассматривать не столько уровень доверия новостным медиа, сколько виды этого доверия.

В настоящее время проблема миграции в Украине связана, в основном, с переселенцами из Донбасса и Крыма. Однако, на наш взгляд, рост украинской экономики в перспективе приведёт к росту миграции в Украину из-за рубежа. Поэтому, необходимо уже сейчас рассмотреть опыт стран ЕС, которые давно вынуждены решать проблемы, связанные с миграцией.

Целью данной статьи является рассмотрение видов доверия в контексте освещения новостными медиа проблем мигрантов.

Основная часть. Рассмотрим общие теоретические положения, связанные с феноменом доверия и его видами. Большинство определений *доверия* основываются на ожиданиях и предыдущем опыте. Р.С. Майер, Дж. Х. Дэвис, Ф. Д. Шурман определяют доверие как готовность одной стороны к уязвимости от действий другой стороны на основании ожидания того, что другая сторона совершит важное для доверяющего действие, не зависимо от его/её способности проконтролировать это действие [20]. Р. Хардин связывает доверие с ожиданиями относительно конкретного человека, при этом не с обобщенными ожиданиями [12].

Представление о доверии, которое Т. Ямагиши и М. Ямагиши называют доверием, основанном на знании, предполагает, что доверие основывается на знании и опыте [44]. С. Оффер утверждает, что доверие к человеку является результатом предыдущего опыта взаимодействия с конкретными людьми

[26]. С точки зрения М. Леви противоположным доверию не является недоверие, а скорее недостаток доверия [16].

С. Кастеллфранчи и Р. Фалконе выделяют обоснованное и безусловное доверие. Обоснованное доверие связано с рациональным рассуждением, в то время как безусловное доверие является эмоциональным и автоматическим. При обоснованном доверии решение доверять другому человеку основывается на следующих четырёх критериях: 1) общие цели у того кто доверяет и того, кому доверяют, 2) зависимость того, кто доверяет от того, кому доверяют, 3) восприятие того, кому доверяют как компетентного и безвредного, 4) существование внешних условий, которые способствуют или препятствуют достижению цели [6].

Безусловное доверие является автоматической, непреднамеренной, бессознательной реакцией на стимул. Если доверительное поведение укрепилось при определённых обстоятельствах, похожие обстоятельства будут служить стимулом для доверия в будущем [23]. Общая социальная идентичность того, кто доверяет и того, кому доверяют может послужить стимулом, активизирующим социальные нормы, практики и, как следствие, доверие. Доверие особенно повышается, когда стимул активизирует такие общие идентичности как семья, страна рождения [21].

Также выделяют *стратегическое* и *моралистическое* доверие. Стратегическое и моралистическое виды доверия имеют разные основы. Стратегическое доверие отражает экспектации по поводу того, как люди будут себя вести. Моралистическое доверие утверждает то, как люди должны себя вести [36].

Моралистическое доверие является моральной установкой рассматривать людей как заслуживающих доверия и располагается как бы поверх стратегического доверия [36]. Центральной идеей моралистического доверия является то, что большинство людей разделяют ваши фундаментальные моральные ценности [9]. Моралистическое доверие

основывается на определённой вере в хорошее отношение другого [29; 19; 44].

Моралистическое доверие является убеждением в том, что другие люди разделяют наши фундаментальные ценности и поэтому к ним стоит относиться так, как мы хотели бы, чтобы они относились к нам. Разделяемые, общие ценности могут варьировать от человека к человеку. Значение имеет чувство связи с другими, поскольку вы рассматриваете их как членов сообщества, чьи интересы необходимо учитывать. Нет необходимости в том, чтобы другие люди разделяли наши взгляды на политику или даже на идеологию, поскольку несмотря на эти различия, мы видим более глубокие сходства. Когда другие разделяют наши базовые взгляды, мы подвергаемся меньшему риску при поиске согласия в решении общей проблемы [36].

Ф. Фукуяма (1995) определяет центральную идею моралистического доверия следующим образом: «доверие появляется, когда сообщество разделяет ряд моральных ценностей таким образом, чтобы создать постоянные экспектации в отношении регулярного честного поведения» [9].

Моралистическое доверие не формируется на основании опыта, так же как социальное взаимодействие не меняет наши ценности. Это не значит, что доверие неизменно и что мы не можем научиться доверять другим даже во взрослом возрасте. Речь идёт о том, что принадлежность к ограниченному сообществу не меняет фундаментальные ценности [36].

Доверие, как утверждает М. Леви, сложно создать и легко разрушить [16], но это не относится к моралистическому доверию. Оно стабильно и устойчиво в отношении негативного опыта, пока он не слишком высок. Ограбление, развод и безработица не влияют на этот тип доверия [36].

Стратегическое доверие или доверие, основанное на знаниях, предполагает риск. Решение доверять другому человеку по своей сути является стратегическим [29]. Стратегическое доверие очень хрупкое,

поскольку новый опыт может изменить мнение о том, заслуживает ли кто-либо доверия [2; 12].

Стратегическое доверие не может ответить на вопрос о том, почему люди становятся вовлеченными в сообщества. Связь с моралистическим доверием в этом случае гораздо более очевидная. Стратегическое доверие может привести к сотрудничеству только с людьми, которых вы знаете, т.е. оно может решить проблему доверия только среди небольшого числа людей. Для формирования вовлеченного гражданского общества необходимо моралистическое доверие [36].

Существует также и третья сторона доверия: *доверие институтам*. Некоторые учёные утверждают, что вера в институты является не столько доверием, сколько уверенностью [17], поскольку государственные структуры не являются одушевлёнными и не могут ответить взаимностью на доверие.

Доверие институтам похоже на стратегическое доверие. Оно основывается на том, насколько хорошо работает правительство – в целом, в экономике, во время войны, во время мира, и в поддержании закона и порядка в обществе. Как и стратегическое доверие, оно основывается на опыте [36].

За различиями между моралистическим и стратегическим доверием стоит континуум от *специализированного* до *генерализованного* доверия. Генерализованное доверие относится к вере как людям, похожим на вас, так и людям не похожим на вас, в то время как специализированное доверие является верой только людям, похожим на вас.

Генерализованное доверие связано с восприятием того, что большинство людей являются частью вашего морального сообщества. Генерализованное доверие основывается на моралистическом доверии, но не идентично ему. Генерализованное доверие в значительной степени пересекается с моралистическим доверием: оба вида доверия основываются на убеждении в том, что большинству людей можно доверять. Однако,

между этими видами доверия есть и различия. Моралистическое доверие является в большей степени руководством к тому, чему мы должны верить, в то время как генерализированное доверие является утверждением на подобие того, чтобы относиться к незнакомцам так же как и к людям, похожим на вас [36].

Генерализированное доверие основывается на благоприятном взгляде на мир и на незнакомцев в особенности. Эта позитивная точка зрения служит психологическим защитным клапаном против страха, связанного с риском, и облегчает взаимодействие с людьми, которые не похожи на нас. Специализированное доверие – это вера только людям, похожим на вас, оно может основываться на опыте. Вера людям, похожим на вас, основывается на взаимодействии с теми людьми, которых вы знаете, а недоверие аут-группам, вероятно, зависит от стереотипов [36].

Учёные, работающие с теорией социальной идентичности, как и учёные, работающие с эволюционной теорией игр, полагают, что генерализированное доверие скорее является исключением, чем нормой. Люди предрасположены доверять тем, кто на них похож больше, чем членам аут-группы [3]. Д. Мессик и М. Бруер при обзоре экспериментов на сотрудничество обнаружили, что у членов ин-группы есть тенденция воспринимать других членов ин-группы более благоприятно, в особенности с точки зрения доверия, честности и сотрудничества [22]. Модели эволюционной теории игр предполагают, что предпочтение людей, похожих на нас, является наилучшей стратегией [10; 19; 33].

Перейдём к рассмотрению *освещения проблем мигрантов новостными медиа*. В результате иммиграции европейские сообщества стали мультикультурными и этнически разнообразными. В то же время, этническое и культурное разнообразие европейских сообществ не находит точного отражения в европейских медиа при описании мигрантов [25]. Зачастую медиа освещают противоречивые и конфликтные аспекты жизни мигрантов,

а не исследовательские отчёты о социальных контекстах соответствующих новостей [25; 38].

Существующие исследования указывают на разные причины таких тенденций: отсутствие специальных знаний по вопросам мигрантов, ограниченное время, в течение которого журналист должен собрать информацию, а также то, что грубые новости представляют собой большую ценность, чем детально разработанные с учётом ситуации [15].

В общем, можно отметить, что позитивное описание мигрантов в новостях представляет собой скорее исключение из правила и связано с процессом культурной ассимиляции. Мигрантов описывают как успешно социально интегрированных, в том случае если их креативность и достижения вписываются в доминирующую культуру [30]. Частично эти тенденции можно объяснить закономерностями *процесса производства новостей*.

Для большинства граждан новости являются тем типом дискурса, с которым они сталкиваются наиболее часто в повседневной жизни [37]. Большая часть знаний и убеждений людей сформированы изобилием новостей, которые они читают, смотрят или слушают каждый день. В то же время, новости – это продукт, который должен быть свежим каждый день [34]. Но не всё, что происходит в мире можно считать новостями с точки зрения значимости для широкой аудитории [4].

Фактически, М. Шудсон отмечает, что новости являются результатом рутинной работы бюрократической системы в крупных организациях СМИ [28]. Идея о том, что новости являются продуктом производства, в процессе которого новости скорее создают реальность, чем отражают её, доминировала в 1970х [43]. Г. Тухман полагает, что профессиональные медиа процедуры систематически конструируют то, что считается новостями, выбирая и продвигая часть ежедневных событий в статус новостей [34].

Таким образом, выбор того, какие события сообщать в новостях и в каком контекстуальном значении (соотнося эти события с другими событиями, людьми или идеями) является необходимым процессом. Этот процесс состоит из двух важных компонентов: процесса сбора новостей (сбор информации из различных источников) и процесса производства новостей (отбор и организация информации, преподнесение не только фактов, но и приписывание им определённого значения). В последние годы эти процессы значительно изменились. Ещё несколько лет назад сбор новостей был структурирован в сети информационных агентств. Сотрудники информационных агентств подавали свои отчёты, тексты, фотографии и другие новостные материалы агентствам, которые затем распространяли их по СМИ. Развитие социальных медиа значительно изменило сбор информации, сделав её менее профессиональной и институализированной [8].

С одной стороны, распространение смартфонов, беспроводного интернета, нетбуков и цифровых камер по доступной цене предоставило потенциальные журналистские инструменты многим гражданам, которые могут собирать информацию и распространять её среди других пользователей и журналистов. В то же время, развитие и быстрое распространение социальных медиа способствуют обмену информацией в доли секунды с пользователями из других частей мира без прохождения этой информации через медиа фильтры [8].

Эволюция практик сбора информации, связанная с новыми информационными технологиями и развитием социальных медиа, изменила роль аудитории, приведя к появлению (*participatory journalism*) публичной журналистики [5]. Публичная журналистика пока не превалирует, но приобретает важное значение, когда речь идет об освещении массовых беспорядков, убийств, несчастных случаев. Публичная журналистика и публичный сбор информации могут иметь особенное применение в случае

новостей, связанных с мигрантами, поскольку способствуют разнообразию источников новостей снизу вверх [8].

Относительно производства новостей, П. Престон в своём последнем исследовании применяет идею производства новостей в качестве стандартизированной рутины [27]. Однако, критерии, которые определяют эту стандартизированную рутину производства новостей, впервые были выделены Дж. Галтунг и М. Руж: значимость, своевременность, упрощение, предсказуемость, неожиданность, непрерывность, композиция, представители элиты, элитные нации, негатив [7]. Позже Т. Харкуп и Д. О'Нилл в своём исследовании предложили заменить эти критерии на следующие: элита власти, знаменитости, развлечения, удивление, плохие новости, хорошие новости, важность, значимость, последовательность, медиа повестка дня [11].

Из этих критериев Е. Джеми, И. Уласюк и А. Трандафиллидо выделили общие характеристики, которые определяют, может ли событие или информация считаться новостью: 1) лёгкость понимания, 2) выражение понятного значения хорошего или плохого, 3) вовлечение элит (политических или других), 4) вызывание удивления или ощущения неожиданности [8].

В свою очередь, производство новостей считается результатом процесса, который включает в себя знание об интересах и потребностях аудитории, а также способности журналиста обработать и донести информацию без искажения реальности, выбирая и ранжируя то, что можно считать новостями [32].

Производство новостей связано с многочисленными рутинными практиками и организационными ограничениями, которые влияют на выбор и презентацию тем новостей, акторов и событий [31]. Среди наиболее важных факторов обычно упоминают ценность новости, жанр новости, владельца канала, контроль и политические предпочтения, фон,

социализацию и этническую принадлежность журналиста, доступ к ресурсам и новостным акторам, отношения между прессой и политикой, редакционную политику, включая отношения между главным редактором и журналистом [8].

Кроме всего вышеперечисленного, производство новостей, связанных с мигрантами, напрямую связано со сбором новостей о мигрантах, определением того, что может быть новостью о мигрантах, выбором источника, контактами с сообществами мигрантов, их представителями, экспертами [42].

Процесс производства новостей также включает отношения власти, в особенности членство в группах и политическую принадлежность либо тех, о ком идёт речь в новостях, либо владельцев каналов, техническое оснащение, отношения между главным редактором и штатом. Эти компоненты являются важными при рассмотрении того, как создаются новости о мигрантах, поскольку мигранты являются политически слабыми: у них ограничены политические права или эти права отсутствуют, они принадлежат скорее к национальному, этническому, религиозному меньшинству, чем к большинству [8].

Большая часть информации о мигрантах освещается медиа в формате новостей, в то же время анализ ситуации практически отсутствует. На основании этого можно предположить, что тема миграции рассматривается как подходящая в первую очередь для новостей [35]. Это происходит частично из-за ограниченного доступа мигрантов к медиа, поскольку ограниченное число мигрантов-журналистов принимают на работу, а также по причинам проблем в сообществах мигрантов. У мигрантов фактически меньше власти чтобы повлиять на те ресурсы и механизмы, которые подпитывают публичные дискурсы, служащие основой для ежедневных новостей, например, пресс-конференции. Также у мигрантов меньше возможностей для участия в сборе информации для новостей [1].

Т. А. ван Дик отмечает, что мнения мигрантов преднамеренно игнорируются, их считают менее заслуживающими доверия или такими, которые нельзя считать новостями [41]. Т.А. ван Дик также утверждает, что в медиа есть тенденция привлекать и отдавать предпочтение сформулированным заранее концептам и категориям, о которых высказались политические элиты. Несомненно, в обществах, в которых мигранты и их объединения не считаются частью политического сообщества, мигрантам сложно преодолеть барьеры новостных медиа, связанные с отбором, в приоритете которого находятся влиятельные акторы с высоким статусом и легитимностью [40].

Таким образом, взгляды и определения доминирующего класса через распространение медиа начинают выглядеть как норма. Они доминируют и направляют дискурс до тех пор, пока не становятся «здравым смыслом» [14]. Поэтому, в новостях о мигрантах, как правило, интерпретации таких институтов как правительство, местные власти и полиция учитываются и цитируются гораздо чаще, чем интерпретации представителей сообществ мигрантов [39].

Медиа упускают голоса мигрантов, которые конечно не могут справиться с негативными определениями, систематически приписываемые им новостными медиа. Следовательно, мигранты по определению широко представлены в новостях как безголосые акторы, вовлеченные в негативные действия [31].

Е. Джеми, И. Уласюк и А. Трандафиллидо попытались выяснить, насколько верно всё вышеизложенное, когда речь идёт о таких спорных вопросах как миграция, какие вопросы журналисты рассматривают особенно пристально, когда касается миграции. Они провели ряд *интервью с журналистами*, выявляющие, можно ли говорить об объективности в новостях о мигрантах, и есть ли у журналистов определённая перспектива, с точки зрения которой они производят новости о мигрантах [8].

Журналисты в интервью обращали внимание на следующее. Производство новостей о мигрантах ориентировано на то, чтобы показать нечто выбивающееся из повседневной рутины, особенно в контексте спада интереса к теме мигрантов. Чтобы стать новостью, история о мигрантах должна быть зрелищной и внезапной. Хорошая история о мигрантах – плохая история. Новость должна всколыхнуть общество, изменить каждодневную жизнь и повлиять на ситуацию в целом. Когда касается мигрантов, нужно, чтобы историю одного мигранта можно было применить к более широкой группе [8].

Интерес к историям о мигрантах возрастает, если ввести национальный компонент. Таким образом, мигранты становятся элементом более масштабной истории. При наличии масштабной истории (публикация карикатуры пророка Мухаммеда в Дании), будет возможность включить вспомогательные истории (интеграция мусульман в Дании). Имеет значение количество вовлечённых в историю мигрантов и влияние, оказанное данным событием [8].

Экономический интерес медиа заключается в том, чтобы привлечь и удержать зрителей, а текущая политическая ситуация в большинстве европейских стран зачастую заставляют делать новости о мигрантах как можно более эмоциональными. В результате возникает диспропорция между реальной вовлеченностью мигрантов в преступления, насилие, конфликты и скандалы и тем, как это представлено в медиа. Когда касается мигрантов, новости, как правило, преподносятся в контексте того, что мигранты наводнили страну. Мигрантов представляют как дестабилизаторов рынка труда принимающей страны, угрозу здоровью и безопасности [8].

Е. Джеми, И. Уласюк и А. Трандафиллидо полагают, что медиа зачастую распространяет эмоциональные, ошибочные мнения о мигрантах, упуская при этом голос самих мигрантов, истории которых наполнены рассказами о

плохом обращении, отчаянии, насилии полиции и криминальных организаций [8].

В то же время, следует отметить, что некоторым журналистам свойственно некритично показывать мигрантов в исключительно положительном свете, настолько положительном, что это выглядит нереалистично. Несомненно, необходимо находить баланс между слишком негативной и слишком позитивной точками зрения [8].

Выводы. В условиях низкого доверия к медиа в Украине в контексте медиаграмотности актуально говорить не столько об уровне доверия, сколько о видах доверия. Крайнее недоверия ко всем медиа навряд ли можно считать успешным достижением целей медиаграмотности.

Вместо этого, формирование обоснованного доверия, связанного с рациональным рассуждением, у потребителей новостных медиа может стать концептуальной основой проведения тренингов медиаграмотности, поскольку навыки актуализации обоснованного доверия являются необходимым условием медиаграмотности и медиакомпетентности.

Коммунистическое прошлое Украины оставило у части граждан доверие СМИ, которое можно отнести скорее к моралистическому виду доверия, чем к стратегическому, т.е. всё, что проходит в новостях не подвергается сомнению, либо есть список каналов, которым стоит доверять и список каналов, которым не стоит доверять. Переход от моралистического к стратегическому доверию в отношении информации, получаемой из новостей, является необходимой основой дальнейшего формирования медиаграмотности, поскольку от искажений не застрахован ни один канал.

При всех рисках получения искаженной и фейковой информации генерализированное доверие как благоприятный взгляд на мир и на незнакомцев скорее служит в качестве психологической защиты при получении информации о членах аут-группы, которыми являются мигранты.

На наш взгляд, генерализированное доверие не противоречит формированию обоснованного и стратегического видов доверия.

В ситуации получения сомнительной информации, которая может быть значительно искажена или сфабрикована, потребителям новостных медиа необходимо задуматься над тем, с какой целью транслируется данная информация, кому и для чего это выгодно.

Литература

1. Banu A. A report on the media and the immigration debate / A. Banu, J.E.J. Dionne, M. Kaplan, T. Rosenstiel, R. Suro // Paper Series: Democracy in the Age of New Media. – 2008. – 83 p.
2. Bok S. Lying / S. Bok – New York: Pantheon, 1978.
3. Brewer M.B. In-group bias in the minimal intergroup situation: A cognitive-motivational analysis / M.B. Brewer // Psychological Bulletin. – 1979. – 86. – P. 307 – 324.
4. Brighton P. News values / P. Brighton, D. Foy – London: Sage, 2007.
5. Bruns A. Gatewatching: Collaborative online news production / A. Bruns – New York: Peter Lang, 2007.
6. Castelfranchi C. Trust theory: A socio-cognitive and computational model / C. Castelfranchi, R. Falcone – West Sussex: Wiley, 2010.
7. Galtung J. The structure of foreign news: the presentation of the Congo, Cuba and Cyprus crises in four Norwegian newspapers / J. Galtung, M. Ruge // Journal of International Peace Research. – 1965. – 1. – P. 64 – 91.
8. Gemi E. Migrants and media newsmaking practices / E. Gemi, I. Ulasiuk, A. Triandafyllidou // Journalism Practice. – 2013. – 7(3). – P. 266 – 281.
9. Fukuyama F. Trust: The social virtues and the creation of prosperity / F. Fukuyama – New York: Free Press, 1995.
10. Hamilton W.D. The genetical evolution of social behavior, II / W.D. Hamilton // Journal of Theoretical Biology. – 1964. – 7. – P. 17 – 52.

11. Harcup T. What is news? Galtung and Ruge revisited / T. Harcup, D. O'Neill // Journalism Studies. – 2001. – 2(2). – P. 261 – 280.
12. Hardin R. Conceptions and explanations of trust / R. Hardin // Russel Sage Foundation Working Paper 129, April. – 1998.
13. Hardin R. Trust and trustworthiness / R. Hardin – New York: Russell Sage Foundation, 2002.
14. Jacomella G. Media and migrations: press narrative and country politics in three European countries / G. Jacomella – Reuters Institute Fellowship Paper, 2010.
15. Law I. Racism and ethnicity: Global debates, dilemmas, directions / I. Law – London: Pearson Education, 2010.
16. Levi M. A state of trust / M. Levi // Trust and Governance / Ed. M. Levi, V. Braithwaite. – New York: Russel Sage Foundation, 1998. – P. 77 – 101.
17. Luhmann N. Trust and power / N. Luhmann – New York: John Wiley & Sons, 1979.
18. Mansbridge J. Altruistic trust / J. Mansbridge // Democracy and Trust / Ed. M. Warren. – New York: Cambridge University Press, 1999. – P. 290 – 309.
19. Masters R.D. The nature of politics / R.D. Masters – New Haven: Yale University Press, 1989.
20. Mayer R.C. An integrative model of organizational trust / R.C. Mayer, J.H. Davis, F.D. Schoorman // Academy of Management Review. – 1995. – 20. – P. 709 – 734.
21. McAllister D.J. Affect- and cognition-based trust as foundations of interpersonal cooperation in organizations / D.J. McAllister // Academy of Management Review. – 1995. – 38(1). – P. 24 – 59.
22. Messick D.M. Solving social dilemmas: A review / D.M. Messick, M.B. Brewer // Review of Personality and Social Psychology / Ed. L. Wheeler, P. Shaver. – Beverly Hills, Calif.: Sage Publications, 1983. – P. 11 – 44.

Бондаревская И.О. Психологический анализ доверия освещению проблем мигрантов новостными медиа / И.О. Бондаревская, В.А. Михайленко // Науковий часопис НПУ ім. М.П. Драгоманова. Серія: Психологічні науки – К. : Вид-во НПУ імені М.П. Драгоманова, 2018. – 7(52). – С. 15 – 24.

23. Misztal B.A. Trust in modern societies / B.A. Misztal – Cambridge: Polity Press, 1996.
24. Newman N. Reuters Institute Digital News Report 2017 / N. Newman, R. Fletcher, A. Kalogeropoulos, D.A.L. Levy, R.K. Nielsen – Reuters Institute for the Study of Journalism, 2017.
25. Niessen J. Handbook on integration for policy-makers and practitioners / J. Niessen, T. Huddleston – European Commission, 2010.
26. Offe C. How can we trust our fellow citizens? / C. Offe // Democracy and trust / Ed. M. Warren. – New York: Cambridge University Press, 1999. – P. 42 – 87.
27. Preston P. Making the news: Journalism and news cultures in Europe / P. Preston – Abingdon: Routledge, 2009.
28. Schudson M. The Sociology of new production / M. Schudson // Social Meanings of News: A text-reader / Ed. D. Berkowitz. – London: Sage, 1997. – P. 7 – 22.
29. Seligman A.B. The problem of trust / A.B. Seligman – Princeton: Princeton University Press, 1997.
30. Spoonley P. Reporting superdiversity. The mass media and immigration in New Zealand / P. Spoonley, A. Butcher // Journal of Intercultural Studies. – 2009. – 30(4). – 355 – 372.
31. ter Wal, J. Racism and cultural diversity in the mass media: An overview of research and examples of good practices in EU member states, 1995 – 2000/ J. ter Wal – European Monitoring Centre on Racism and Xenophobia, 2002.
32. Torre L. The journalistic quality of a regional newspaper: Journalists, the medium and readers / L. Torre, T.M. Teramo // Palabra Clave. – 2009. – 12. – P. 83 – 104.
33. Trivers R.L. The evolution of reciprocal altruism / R.L. Trivers // Quarterly Review of Biology. – 1971. – 46. – P. 35 – 57.

Бондаревская И.О. Психологический анализ доверия освещению проблем мигрантов новостными медиа / И.О. Бондаревская, В.А. Михайленко // Науковий часопис НПУ ім. М.П. Драгоманова. Серія: Психологічні науки – К. : Вид-во НПУ імені М.П. Драгоманова, 2018. – 7(52). – С. 15 – 24.

34. Tuchman G. Making news. A study in the construction of reality / G. Tuchman – New York: Free Press, 1978.
35. Turmo S.F. Analysis of the journalistic treatment given to the migration phenomenon / S.F. Turmo // Revista Latina de Comunicacion Social. – 2010. – 65. – P. 30 – 44.
36. Uslander E.M. Trust as a moral value / E.M. Uslander // The Handbook of Social Capital / Ed. D. Castiglione, J.W. Van Deth, G. Wolleb. – Oxford University Press, 2008. – P. 101 – 121.
37. van Dijk T.A. News schemata / T.A. van Dijk // Studying Writing: Linguistic Approaches / Ed. C.R. Cooper, S. Greenbaum. – Beverly Hills, CA: Sage, 1986. – P. 155 – 186.
38. van Dijk T.A. News as a Discourse / T.A. van Dijk – Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1988.
39. van Dijk T.A. Mediating racism. The role of the media in the reproduction of racism / T.A. van Dijk // Language, Power, and Ideology: Studies in Political Discourse / Ed. R. Wodak. – Amsterdam: John Benjamins, 1989. – P. 199 – 226.
40. van Dijk T.A. Media contents: The interdisciplinary study of news as discourse / T.A. van Dijk // Handbook of Qualitative Methods in Mass Communication Research / Ed. K. Bruhn-Jensen, N. Jankowski. – London: Routledge, 1991. – P. 108 – 120.
41. van Dijk T.A. New(s) racism: A discourse analytical approach / T.A. van Dijk // Ethnic Minorities and the Media / Ed. S. Cotte. – Milton Keynes, UK: Open University Press, 2000. – P. 33 – 49.
42. van Dijk T.A. Discourse Studies: A Multidisciplinary Introduction / T.A. van Dijk – Sage Publications, 2011.
43. Whitney C. News media production: Individuals, organizations, and institutions / C. Whitney, R.S. Sumpter, D. McQuail // Handbook of Media

Бондаревская И.О. Психологический анализ доверия освещению проблем мигрантов новостными медиа / И.О. Бондаревская, В.А. Михайленко // Науковий часопис НПУ ім. М.П. Драгоманова. Серія: Психологічні науки – К. : Вид-во НПУ імені М.П. Драгоманова, 2018. – 7(52). – С. 15 – 24.

Studies / Ed. J. Downing, D. McQuail, P. Schiesinger, E. Wartella. – Thousand Oaks: Sage Publications. – P. 393 – 410.

44. Yamagishi T. Trust and commitment in the United States and Japan / T. Yamagishi, M. Yamagishi // Motivation and Emotion. – 1994. – 18. – P. 129 – 166.

Відомості про авторів:

Бондаревська Ірина Олегівна – Інститут соціальної та політичної психології НАПН України, кандидат психологічних наук, доцент, старший науковий співробітник лабораторії психології масової комунікації та медіаосвіти

Михайленко Вікторія Олександрівна – Одеська державна академія технічного регулювання та якості, кандидат психологічних наук, доцент, доцент кафедри суспільно-гуманітарної підготовки